

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	3
1.5 Tujuan Perancangan	3
1.6 Manfaat Perancangan	3
1.7 Metode Penelitian dan Pengambilan Data.....	4
1.8 Kerangka Pemikiran	5
1.9 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pariwisata	7
2.2 Desain Komunikasi Visual.....	7
2.2.1 Unsur-Unsur Desain.....	8
2.3 Komunikasi	11
2.3.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.4 Pemasaran.....	11
2.4.1 Perilaku Konsumen	12
2.4.2 Gaya Hidup	13
2.5 <i>Branding</i>	13
2.5.1 Tujuan <i>Branding</i>	14
2.5.2 Jenis <i>Branding</i>	15

2.5.3	Unsur <i>Branding</i>	15
2.5.4	Strategi <i>Branding</i>	16
2.6	<i>Brand Activation</i>	18
2.6.1	Bentuk <i>Brand Activation</i>	19
2.7	Metode Komunikasi	19
BAB III	DATA PERMASALAHAN	21
3.1	Data Perusahaan	21
3.1.1	Lembang Park & Zoo.....	21
3.1.2	Restoran di Lembang Park & Zoo	22
3.1.3	Wahana Permainan di Lembang Park & Zoo	23
3.1.4	Fasilitas Lembang Park & Zoo	24
3.2	Data Empirik	25
3.2.1	Data Wawancara	25
3.2.2	Data Wawancara	25
3.2.3	Data Observasi	26
3.2.4	Data Khalayak Sasaran	29
3.2.5	Hasil Survei Khalayak.....	30
3.2.6	Analisis SWOT	32
BAB IV	KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	33
4.1	Konsep Perancangan	33
4.1.1	Tujuan komunikasi.....	33
4.1.2	Pendekatan komunikasi.....	33
4.2	Strategi Pesan	33
4.3	Strategi Kreatif	34
4.4	Strategi Media	35
4.5	Konsep Visual	35
4.5.1	Visual Khalayak Sasaran dan Indikator	35
4.5.2	<i>Moodboard</i>	39
4.5.3	Gaya Visual.....	39
4.5.4	Tipografi.....	40
4.5.5	Warna	40
4.6	Konsep Media.....	41
4.7	Hasil Perancangan	42
4.7.1	<i>Website</i>	42

4.7.2	<i>Story</i> Instagram	44
4.7.3	<i>Feed</i> Instagram.....	45
4.7.4	Bingkai Foto.....	45
BAB V PENUTUP.....		46
5.1	Kesimpulan.....	46
5.2	Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....		47